

原 著

食育推進における地場産品に関する情報提供の効果 —宮城県富谷市「とみやの食マップ」の事例—

Effects of information provision about local products on dietary education
—A case of “Tomiya Food Map” in Tomiya City, Miyagi Prefecture—

白崎葉子 平本福子*
Yoko SHIRASAKI Fukuko HIRAMOTO

Objective: To verify whether distribution of “Tomiya Food Map”, a local products information medium, resulted in an increase of consumption of local products by residents.

Methods: “Tomiya Food Map” was distributed to about 18,000 households of Tomiya city, Miyagi Prefecture, Japan. Before and after the distribution of the map, questionnaire surveys were implemented for 532 parents of elementary and middle school students. Valid responses were obtained from 438 subjects (82.3%).

Results: The rate of residents who know where local products were available significantly increased from 50.7% to 78.3%. The rate of residents who consume local products also increased from 67.0% to 80.4% although the change was not significant. In addition, the consumption of local products was significantly related to satisfaction on good dietary habit and the community.

Conclusion: Distribution of a local products information medium resulted in increases of knowledge of locations where local products are available as well as consumption of local products in residents.

Keywords: Local production for local consumption, dietary education, information provision
地産地消, 食育, 情報提供

Ⅰ 緒言

1. 地産地消をめぐる歴史的変遷

1) 地産地消運動の始まり（2000年代以前）

地産地消とは文字通り「地域で生産されたものを、その地域で消費すること」である。この用語の始まりは、1981年から農林水産省がパイロット事業として進めた「地域内食生活向上対策事業」から生じたとされ、「地場生産・地場消費」という用語が多用されるうちに、「地産地消」へと省略されたのではないかとされている^{1~3)}。1985年には、JA 全中で「地域食品自給運動の推進」が叫ばれ⁴⁾、官民ともに、現在の地産地消につながる取り組みが始まった。

しかし、1993年のガット・ウルグアイラウンドへの合意を契機に、1960年代以降拡大してきた食料輸入の流れが一気に加速し、食料自給率が50%を割り込んだ^{5~9)}。また同じく、1990年代にはスーパーマーケットの出店が急増し¹⁵⁾、遠隔地の生鮮食料品であっても入手可能となった。しかしながらその後、農業使用にともなう輸入農産物への不信感や、国内外における生産と消費の場の距離的・

時間的拡大と食料の画一化への不満等から、地産地消への機運の高まりが意識されるようになった^{16~18)}。

2) 地産地消に関わる政策の整備（2000年代以降）

1990年代までの輸入農産物への不安に加え、2001年のBSE発生を契機に食の安全・安心への要求が高まり¹⁹⁾、食と農の距離を縮めたい等の声とともに、地産地消に関わる施策が整備され始めた。その後、2005年の食料・農業・農村基本計画に、「地産地消」の全国展開が明記され、各自治体においても「地産地消推進計画」を策定することが促され地産地消を推進する動きが始まった²⁰⁾。

また、2005年の食育基本法制定に基づき、2006年の食育推進基本計画では、食育の総合的な促進として「地産地消の推進」が位置づけられ、地産地消は食育と一体となって推進されることとなった^{21,22)}。その後2010年には、「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」（以下、六次産業化・地産地消法）が施行され、「生産者と消費者の結びつきの強化」が掲げられ、地産地消の推進において食育施策が重要な位置づけであることが示された²³⁾。

*宮城学院女子大学大学院健康栄養学研究科

2. 食育推進施策における地産地消推進の課題

1) 地域住民における地場産品活用指標の必要性

前述した食育推進基本計画では、地産地消の推進に関わる目標として、学校給食の地場産品使用割合と、直売所の年間販売額が挙げられている^{21~26)}。しかし、これらは地域住民の地場産品利用の把握には十分ではない²⁷⁾。地産地消を地域全体で推進していくためには、地域住民一人ひとりが参加型で取り組む必要がある。そのためには、住民が目標とできる地場産品活用の指標が必要であると考えられる^{28~31)}。

2) 宮城県における地産地消の現状と課題

宮城県の食育推進計画では、「バランスのとれた食生活で適正体重の維持に努めましょう」（以下、適正体重の維持）と「食卓に地域食材を取り入れましょう」（以下、食卓に地域食材を）という二大目標を掲げており、「適正体重の維持」では、県民の食生活や健康・栄養状態を把握できる数値指標が整備されている。一方、「食卓に地域食材を」では、数値目標は学校給食での地場産品の使用割合、小中学校の農業体験学習、交流施設の利用、直売所の売上に関するもので、食生活の基本の場である家庭における具体的な目標はない^{32,33)}。

県内の各市町の食育推進計画の評価指標に着目すると、学校給食での地場産品利用割合を指標としている市町が80.0%、農業体験学習の実施状況を指標としている市町が34.2%であった。しかし、「地場産のものを食べる、または購入する人の割合」を指標としている市町は2.9%にとどまり、ほとんどの市町村では、家庭での地産地消を目標ならびに評価指標にしていない^{34~66)}。

3. 本研究の対象地域の特徴

宮城県富谷市は、仙台市郊外のベッドタウンとして新興住宅地の開発が進んでいる。人口は2012年に5万人を突破し、2016年10月には「富谷市」に移行した⁶⁷⁾。人口増加率は全国第7位で、住民の平均年齢は39歳と、宮城県内では若い世代が最も多く住む地域である⁶⁸⁾。市街地面積は全体面積の22.8%程度にすぎず、大部分が山林等で占められている⁶⁹⁾。代表的な地場産の農作物としてブルーベリーが広く知られている。

本研究では、地産地消における地域の範囲を「黒川郡」と設定する。その理由は、富谷市では市内産に限定すると入手できる品目が限られること、黒川郡を所管する「JAあさひな」の直売コーナーがあることである。また、対象とする地場産品は、野菜（いも類含む）および豆類、果物類、きのこ類とする。

また、本研究の予備調査として、2015年に実施された富谷市の「食育ベースライン調査」をもとに、富谷市における地場産品利用の現状を分析した。その結果、地場産品を月に1回でも利用していることが、より良い食生活につながることが推察された。また「ほとんど食べない」者の7割が、地場産品を入手できる場所を知らないことか

ら、地場産品を入手できる店等の情報を住民に提供する必要があると考えられた⁷⁰⁾。

II 目的

本研究では、富谷市を事例に、地場産品に関する情報提供をすることにより、住民の地場産品利用拡大につながることを目的とする。具体的には、地場産品情報媒体「とみやの食マップ」の配布が、住民の地場産品摂取につながることを検証する。また、地場産品の摂取が望ましい食生活につながることを再検証する。

III 方法

1. 地場産品情報媒体「とみやの食マップ」の概要

「とみやの食マップ（以下、「食マップ」）」に掲載する内容は、農業関係者・団体、行政関係者などへの聞き取り調査をもとに、富谷市内において黒川郡内の農産物を購入できる場所（直売所、スーパー等）、郡内産の農産物を使用している飲食店、収穫体験できる場所の3カテゴリとした。また富谷市がまちづくりの柱として位置付けている「富谷産ブルーベリー」を取り扱う店舗についても掲載することとした。なお黒川郡内の農産物を購入できる場所について、「JAあさひなセツ森産直会」および「おんないん会」（富谷市内農家による組織）の農産物を取り扱う店舗に限定した。

配布方法は、2016年9月号の「広報とみや」と併せて、8月下旬より富谷市全世帯（約18,660世帯）に配布した。

2. 効果検証のための質問紙調査

1) 調査対象

2015年に実施された富谷市の食育ベースライン調査（以下、2015年調査）の対象者である富谷市立小・中学校の小学6年生・中学3年生（以下、小中保護者）保護者532名に、学校を通して調査票を配布・回収した。465人から回答を得て、回答に不備のある者を除いた438名を解析の対象とした（有効回答率82.3%）。

2) 調査項目

調査項目は、2015年調査において地場産品の利用状況との関連が確認された項目のうち11項目を取り入れた。その内容は、①地産地消に関わる項目（4項目）、②食生活に関わる項目（6項目）、③食育に対する関心（1項目）である。そのほか新たに、④基本属性（3項目）、⑤地産地消に関する項目（5項目）、⑥食生活満足度（1項目）、⑦地域満足度（1項目）を設けた。

3) 調査時期

2016年10月下旬～12月上旬

4) 解析方法

「食マップ」の効果を検証するために、入手場所の知識と地場産品の摂取頻度について、2015年調査（配布前）をベースライン値とし、本調査（配布後）と比較した。なお、調査は無記名であることから、個別の変化は評価でき

ない。また、地場産品利用がよりよい食生活につながることの再確認のために、地場産品摂取頻度と食生活要因との関連を検討した。地場産品摂取頻度の群分けは、2015年度調査と同様に、「ほとんど毎日」から「月に1回くらい」までの4群をまとめた群（以下、月に1回以上群）と、「ほとんど食べない」と回答した群（以下、ほとんど食べない群）の2群とし、各要因との関連を調べた。

統計解析には、SPSS Statistics 19.0を用い、順序性のある項目ではMann-WhitneyのU検定を、それ以外の項目については χ^2 検定を行った。有意水準は5%とし、欠損値は項目ごとに除外した。

5) 倫理的配慮

本プログラムの実施にあたっては、質問紙調査票に趣旨の説明を記載し、回収をもって同意とみなした。なお、本研究は宮城学院女子大学大学研究倫理委員会の承認を得ている。

IV 結果

1. 対象者の基本属性（表1）

対象者の性別は、女性78.8%、男性5.0%と、ほとんど

表1 対象者（2016年）の基本属性

		n=438	%
性別	男性	22	5.0
	女性	345	78.8
	未回答	71	16.2
年代	20代	2	0.5
	30代	86	19.6
	40代	310	70.8
	50代	35	8.0
	60代	2	0.5
	70代以上	1	0.2
	未回答	2	0.5
居住年数	2年未満	2	0.5
	2年以上5年未満	25	5.7
	5年以上10年未満	99	22.6
	10年以上20年未満	254	58.0
	20年以上30年未満	32	7.3
	30年以上	24	5.5
	未回答	2	0.5

が女性だった。年代は、40代が70.8%と最も多く、次いで30代19.6%、50代8.0%の順であった。富谷市での居住年数は10年以上20年未満が58.0%と最も多く、次いで5年以上10年未満22.6%、20年以上30年未満が7.3%の順であった。

2. 「食マップ」の効果検証

1) 地場産品入手場所を知っている人の割合の比較（表2～4）

今回配布した「食マップ」を見たと回答した者は438中339名（77.4%）、見なかった99名（22.6%）であった。なお、マップを見なかった理由には、「配られたことを知らなかった」49.5%、次いで、「知っていたが中身まで見なかった」24.2%であった。その上で、地場産品の入手場所を「知っている」と回答した者は、「食マップ」配布前は50.7%であったが、配布後78.3%と有意に増加した（ $p < 0.001$ ）。

次に、「食マップ」を見て、新たに知った店があるかを尋ねたところ、スーパーなどの入手場所については、「新たに知った店があった」と回答した人は75.1%と高かった。そのうち、「実際に行ってみた」者は12%、「行っていないが、今後行ってみよう」と回答した者は75.2%だった。同様に飲食店についても、「新たに知った店があった」と回答した割合は93.1%にのぼり、そのうち、「実際に行ってみた」者は7.1%、「行っていないが、今後行ってみよう」と回答した者は81.3%だった。

2) 地場産品摂取頻度の比較（表5）

地場産品の摂取頻度は、有意な変化は認められなかったものの、配布前では地場産品を「ほとんど食べない」者が29.5%であったのに対し、配布後は19.6%と減少傾向がみられた。

表2 食マップを見たか

		n=438	%
見た		339	77.4
見ていない		99	22.6
配られたことを知らなかった		(49)	(49.5)
知っていたが中身まで見なかった		(24)	(24.2)
その他		(4)	(4.0)
未回答		(22)	(22.2)

表3 食マップ配布前後における地場産品入手場所を知っているかの比較

	配布前(2015年度)		配布後(2016年度)		前後差 ¹⁾
	n	%	n	%	
地場産品を入手できる場所					
知っている	253	50.7	343	78.3	<0.001
知らない	233	46.7	95	21.7	
未回答	13	2.6	0	0.0	

1) χ^2 検定

3. 地場産品摂取と各要因の関連

1) 基本属性との関連 (表6-1)

年代との間には有意な関連が認められ、地場産品を「ほとんど食べない」群の方が、低い年齢層が多かった ($p < 0.05$)。一方、性別および居住年数との間には、有意な関連は認められなかった。

2) 地産地消に関する要因との関連 (表6-2)

地場産品の入手場所を知っているかどうかとの間には、有意な関連が認められ、「月に1回以上」群の方が地場産品をどこで入手できるか「知っている」と回答した割合が高かった ($p < 0.001$)。

また、地場産品の摂取意欲とも有意に関連し、「月に1回以上」群の方が地場産品を「食べたいと思う」とする割合が高い傾向が見られた ($p < 0.001$)。さらに、農産物の産地に対する意識においても有意に関連し、「月に1回以上」群の方が「国内産だけでなく県内産がよい」とする割合が高かった ($p < 0.01$)。

3) 食生活に関する要因との関連 (表6-3)

主食・主菜・副菜を揃えて食べる頻度との関連では、朝食との関連が認められ、「月に1回以上」群の方が、主食・主菜・副菜を揃えて食べる頻度が高い傾向が見られた ($p < 0.01$)。同様に、夕食とも有意に関連していた ($p < 0.01$)。一方で、昼食については有意な関連は見られな

表4 食マップを見て新たに知った店があるか

	n=333	%
新たに知った店があるか(スーパー等)		
ある	250	75.1
実際に行ってみた	(30)	(12.0)
行ってはいないが、今後行ってみたい	(188)	(75.2)
特に行く予定はない	(32)	(12.8)
ない	67	20.1
未回答	16	4.8
新たに知った店があるか(飲食店等)		
ある	310	93.1
実際に行ってみた	(22)	(7.1)
行ってはいないが、今後行ってみたい	(252)	(81.3)
特に行く予定はない	(36)	(11.6)
ない	23	6.9

表5 食マップ配布前後における地場産品摂取頻度の比較

	配布前(2015年度)		配布後(2016年度)		前後差 ¹⁾
	n	%	n	%	
地場産品を食べる頻度					
週に1回以上	199	39.9	183	41.8	0.061
月に1～3回	135	27.1	169	38.6	
ほとんど食べない	147	0.0	86	0.0	
未回答	18	0.0	0	0.0	

1) Mann-WhitneyのU検定

表6-1 地場産品の摂取頻度と回答者の属性 (2016年度)

	n	地場産品の摂取頻度		群間差 ¹⁾		
		月に1回以上	ほとんど食べない			
年代		352	%	86	%	
20～30代		64	18.2	24	27.9	0.015
40代		251	71.3	59	68.6	
50代以上		36	10.2	2	2.3	
未回答		1	0.3	1	1.2	
性別						
男性		15	4.3	7	8.1	0.120
女性		280	79.5	65	75.6	
未回答		57	16.2	14	16.3	
居住年数						
5年未満		17	4.8	10	11.6	0.065
5年以上10年未満		85	24.1	14	16.3	
10年以上20年未満		205	58.2	49	57.0	
20年以上		44	12.5	12	14.0	
未回答		1	0.3	1	1.2	

1) χ^2 検定

表 6-2 地場産品の摂取頻度と産地意識に関する要因（2016年度）

	n	地場産品の摂取頻度		群間差 ¹⁾
		月に1回以上	ほとんど食べない	
		352	86	
		%	%	
地場入手場所				
知っている	305	86.6	38	44.2
知らない	47	13.4	48	55.8
地場産品摂取意欲				
思う	225	63.9	17	19.8
まあまあ思う	115	32.7	54	62.8
あまり思わない	12	3.4	15	17.4
産地意識				
外国産か国内産かはこだわらない	31	8.8	15	17.4
できるだけ国内産が良い	252	71.6	65	75.6
国内産だけでなく県内産が良い	68	19.3	6	7.0
未回答	1	0.3	0	0.0

1) χ^2 検定

った。

また、野菜摂取頻度とも有意に関連し、「月に1回以上」群の方が野菜の摂取頻度が高かった。さらに、家庭で実施する行事食の種類数 ($p<0.001$) や家庭料理数 ($p<0.001$) においても、「ほとんど食べない」群に比べて「月に1回以上」群が、有意に料理数が多かった。

加えて、食生活満足度との間にも有意な関連が認められ、「月に1回以上」群の方が、自らの食生活に満足している傾向が見られた ($p<0.01$)。また、食育への関心においても有意な関連があり、「月に1回以上」群の方が食育に対する関心が高い傾向だった。 ($p<0.05$)。

4) 富谷市居住への満足度との関連（表6-4）

地場産品の摂取頻度と富谷市に住むことに満足しているかとの間には、有意な関連が認められ、「月に1回以上」群の方が、満足度が高い傾向が見られた ($p<0.05$)。

V 考察

本研究の目的は、富谷市を事例に、地場産品情報媒体「とみや食マップ」の配布が、住民の地場産品の利用拡大につながることを検証するとともに、地場産品の摂取が望ましい食生活につながることを再検証することである。

1. 食マップ配布の効果および課題

地場産品の入手場所を知っている者の割合は、食マップ配布前では50.7%だったのに対し、配布後78.3%まで有意に増加した。このことから、食マップの配布が地場産品の入手場所を知ることの有効であったと言える。また、マップを見たことによって新たに知った店が「ある」とした者の中で、実際に行った者は1割程度にとどまったものの、多くの人々が「今後行ってみたい」と回答していた。したがって、食マップの配布が地場産品入手への意欲の増加に寄与しているとも考えられた。

また、地場産品の摂取については有意な変化は見られなかったものの、全体としては地場産品を「月に1回以上食べる」とする割合が67.0%から80.4%に増加し、食マップの配布が地場産品摂取の意欲を喚起するものになったと考えられる。

さらに、地場産品の摂取と地場産品の入手場所の知識との関連をみると、両者は有意に関連していた。本地域では地場産品を自給や近所からもらう人は少なく、多くの住民が購入していることから、入手場所を知っていることは、地場産品摂取の基礎要因である。この点からも「食マップ」の意義は大きいと考えられる。

一般的に、リーフレット等の情報提供媒体を活用した介入では、一度の情報媒体配布よりも数回にわたって配布した方が効果的であり、さらに情報媒体だけではなく、個別の教室や指導を組み合わせた方がより効果的であるとされている^{71~73)}。今回はポピュレーションアプローチとして富谷市の全世帯を対象に配布したことから、一回の配布にとどまっているが、「食マップ」を見なかった者が約2割存在したことから、今後は確実に全ての住民に情報が行き渡るような工夫が必要である。

2. 地場産品の摂取と食生活に関する各要因との関連

地場産品の摂取頻度と食習慣などの要因との関連について、2015年調査では「月に一度でも食べている」ことが望ましい食習慣と関連していることが示唆されたが⁷⁰⁾、今回の調査においても同様の傾向が確認された。地場産品や産地直送のものを購入したいと考える消費者の特徴として、栄養バランスや料理に関心があり、健康志向であるとされている^{74~77)}。本調査においても同様に、地場産品を月に一度以上食べている者は、野菜の摂取頻度や家庭で作る料理の品数が多いなどの傾向が見られ、このような食に対する関心の高さが、地場産品の購入につながっていると

表 6-3 地場産品の摂取頻度と食生活に関する要因 (2016年度)

	n	地場産品の摂取頻度		群間差
		月に1回以上	ほとんど食べない	
	352	%	86	%
主食・主菜・副菜を揃えて食べるか(朝食)				
ほとんど毎日食べる	124	35.2	20	23.3
週に4～5日食べる	40	11.4	12	14.0
週に2～3回食べる	90	25.6	14	16.3
ほとんど食べない	98	27.8	40	46.5
昼食に主食・主菜・副菜を揃えて食べるか				
ほとんど毎日食べる	117	33.2	29	33.7
週に4～5日食べる	44	12.5	8	9.3
週に2～3回食べる	90	25.6	16	18.6
ほとんど食べない	99	28.1	33	38.4
未回答	2	0.6	0	0.0
夕食に主食・主菜・副菜を揃えて食べるか				
ほとんど毎日食べる	274	77.8	58	67.4
週に4～5日食べる	38	10.8	13	15.1
週に2～3回食べる	33	9.4	10	11.6
ほとんど食べない	7	2.0	5	5.8
野菜摂取頻度				
毎食食べる	162	46.0	23	26.7
1日2食食べている	104	29.5	22	25.6
1日1食食べている	80	22.7	39	45.3
ほとんど食べない	5	1.4	2	2.3
未回答	1	0.3	0	0.0
行事食数				
0～1種類	54	15.3	18	20.9
2～3種類	112	31.8	43	50.0
4～5種類	123	34.9	18	20.9
6種類以上	63	17.9	7	8.1
家庭料理数				
0～1種類	9	2.6	6	7.0
2～4種類	73	20.7	33	38.4
5～7種類	178	50.6	38	44.2
8～10種類	92	26.1	9	10.5
食生活満足度				
満足している	80	22.7	12	14.0
どちらかと言えば満足している	200	56.8	41	47.7
どちらかと言えば満足していない	71	20.2	33	38.4
未回答	1	0.3	0	0.0
食育関心				
関心がある	132	37.5	25	29.1
どちらかと言えば関心がある	181	51.4	43	50.0
どちらかと言えば関心がない	37	10.5	18	20.9
未回答	2	0.6	0	0.0

1) Mann-WhitneyのU検定

2) χ^2 検定

表 6-4 地場産品の摂取頻度と富谷市への満足度 (2016年度)

	n	地場産品の摂取頻度		群間差 ¹⁾
		月に1回以上	ほとんど食べない	
	352	%	86	%
富谷市に住むことに満足しているか				
満足している	146	41.5	31	36.0
どちらかと言えば満足している	184	52.3	42	48.8
どちらかと言えば満足していない	21	6.0	13	15.1
未回答	1	0.3	0	0.0

1) χ^2 検定

推察された。また、月に一度以上食べている者は、地場産品を食べたいという意欲や、産地に対するこだわりなども有意に高く、地場産品の摂取と関連していた。以上、2015年調査結果と同様に、地場産品の摂取は望ましい食習慣とつながっていることが確認できた。このことから、今後、地産地消を推進していくことに意味があると言える。

さらに、食生活全体の満足度も地場産品を摂取している者が高く、地域（富谷市に住むこと）に関する満足度も高いという結果が得られた。このような地場産品の摂取と地域への満足度の関連をみた報告はほとんどないことから、本研究の意義は大きいと考えられた。

加えて、本調査で新たに、地場産品の摂取と年代との間にも有意な関連が見られ、月に一度でも食べている者の方が、年齢層が高かった。40～50代は、健康や地域の環境問題などへの関心が高く、多少価格が高くても良いものを購入したいと考えるが、20代の若年層は、農産物に特別なこだわりがないとの報告⁷⁴⁾もあることから、世代による食意識の違いが、地場産品の摂取行動にも影響していると推察された。

3. 本研究の限界と今後の課題

本研究の限界として、1点目に本調査は2015年度と2016年度に同じ対象者に調査を行う縦断研究であったが、無記名調査であることから、個人の変化は評価できなかった。2点目に、富谷市全体では約2万戸に食マップを配布したが、調査対象者は小中学生の保護者約500名と世代や人数が限られていたこと。3点目は、富谷市を事例に行ったことから、一般化するには他の地域においても同様の介入研究を行う必要がある。

以上のような限界はあるものの、地産地消推進を目的とした食情報提供では、実施のみの報告が多いことから、実施と評価を行った本研究は貴重な報告である。今後、食マップによる介入研究を他の地域でも実施し、情報提供の効果を検証していくことが必要である。また、富谷市においても、地場産品の情報提供を継続して取り組み、住民の地産地消に関わる要因を縦断的に分析する必要がある。特に地場産品の摂取の少ない若い世代の住民を対象に、食生活改善の導入として、地場産品を活用した介入が考えられる。

VI 結語

地場産品活用を推進するために、地場産品食マップを配布した結果、地場産品を入手できる場所を知る住民の割合が50.7%から78.3%に有意に増加した。また、有意ではなかったものの地場産品を摂取する住民の割合も67.0%から80.4%に増加した。さらに、地場産品を「月に一度でも食べている」ことが、望ましい食習慣や地域への満足度とも有意に関連していることから、食育推進施策として地産地消を推進することの意義が再確認できた。

謝辞

本研究を行うにあたり、当初からご助言、ご協力いただいた富谷市保健福祉部健康増進課の皆さまには、深く感謝申し上げます。

参考文献

- 1) 伊藤維年：地産地消と地域活性化，日本評論社（2012）
- 2) 猪股敏郎：地域の食生活向上へのアプローチ―地場産品・地場消費の活用―，食の科学，通巻76号，p. 76-77（1984）
- 3) 二木季男：優良先進事例に学ぶ 地産地消と地域再生，家の光協会，p. 1（2008）
- 4) 荷見武敬；鈴木 博；根岸久子：農産物自給運動，御茶の水書房，p39-40（1986）
- 5) 食料需給票（2014）
- 6) 千葉 典：ガット・ウルグアイ・ラウンドの軌跡―農業交渉を中心に―，農業総合研究，第47巻第4号，p67-119（1993）
- 7) 塩飽二郎：ガット/WTO 農業交渉の回顧と展望―国際規律と日本農業―，農業経済研究，第74巻第2号，p69-80（2002）
- 8) 山下慶洋：農産物貿易交渉をめぐる経緯と課題―TTP 協定交渉等の留意点―，立法と調査，第346号，p37-42（2013）
- 9) 農林水産省：食の未来を支える食料自給率，aff（あふ），5月号（2012）
- 10) 盛田清秀：消費者ニーズの変化と農政転換―食品産業と農業の関係から―，農業経済研究，第76巻第2号，p112-124（2004）
- 11) 朝日新聞：輸入食品の安全性、水際での監視強化を消費者から不安の訴え，1989年3月6日
- 12) 朝日新聞：米国産レモンから収穫後農薬を検出 市民団体・日本子孫基金が発表，1990年8月19日
- 13) 朝日新聞：国産レモン、生協にすっぱい急騰 米国産は農薬検出で不人気 東京，1990年10月31日
- 14) 朝日新聞：欧州畜産界に狂牛病の脅威 英国産牛肉禁輸広がる 大陸産の価格上昇，1996年3月23日
- 15) 食料・農業政策研究センター：食料白書―現代の食と食品産業「国境」と「業際」を越えて（1991）
- 16) 根岸久子：「地産地消」の現状とその性格，食料白書「地産地消」の現状と展望，農山漁村文化協会，p23-53（2006）
- 17) 藤島廣二：生産者直売所の経営戦略，農業と経済，第67巻9号，p15-21（2001）
- 18) 櫻井清一：グローバリゼーションとファーマーズ・マーケット，農林業問題研究，第39巻第3号，p20-29（2003）
- 19) 本田伸彰：食品のトレーサビリティ制度，調査と情

- 報, 第764号, p1-11 (2012)
- 20) 農林水産省生産局長通知: 地産地消の実践的な計画の策定について (2005)
- 21) 内閣府: 食育推進基本計画 (2006)
- 22) 農林水産省生産局長・総合食料局長・消費・安全局長通知: 地産地消の実践的な計画策定における食育等との連携による地域の取組の一層の促進について (2006)
- 23) 地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律第三章 (2010)
- 24) 内閣府: 第2次食育推進基本計画 (2011)
- 25) 内閣府: 第3次食育推進基本計画 (2015)
- 26) 農林水産省: 農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針 (2010)
- 27) 吉野馨子; 片山千栄; 諸藤享子: 住民による農産物の入手と利用からみた地域内自給の実態把握, 農林業問題研究, Vol. 44 No. 3, p449-460 (2008)
- 28) 内藤重之; 藤田武弘; 梶浦紀徒: 地方自治体における「地産地消」推進施策の展開と役割, 農業市場研究, 第14号第1号, p. 28-37 (2005)
- 29) 谷口吉光: 秋田県における地産地消の取り組み, 東北農業経済研究, 第21巻第2号, p. 20-25 (2003)
- 30) 吉野馨子; 片山千栄: 全国市区町村における地域内自給の取り組みの現状と今後の展望, 農村生活研究, 第47巻第3号, p40-50 (2004)
- 31) 櫻井清一: キーワード紹介65「地産地消」, 農村計画学会誌, Vol. 23 No. 1, p. 84-85 (2004)
- 32) 第2期宮城県食育推進プラン (2011)
- 33) 第3期宮城県食育推進プラン (2016)
- 34) 第2期白石市食育推進プラン (2014)
- 35) 角田市食育推進計画 (2010)
- 36) 蔵王町食育推進計画 (2010)
- 37) 大河原町食育推進計画 (2010)
- 38) 村田町食育推進計画 (2011)
- 39) 第2期柴田町食育推進計画 (2013)
- 40) 川崎町食育推進計画 (2011)
- 41) 丸森町食育推進計画 (2011)
- 42) 仙台市食育推進計画 [第2期] (2011)
- 43) 塩竈市食育推進計画 (おいしおがま推進プラン) (2008)
- 44) 「元気なとり」食育プラン (第2次) (2014)
- 45) 第2期多賀城市食育推進計画 (2011)
- 46) 岩沼市食育推進行動計画 (2009)
- 47) 第2次亶理町食育推進計画 (2014)
- 48) 山元町食育推進計画 (2014)
- 49) 第4次松島町母子保健計画 (2012)
- 50) 七ヶ浜町食育推進計画 (2010)
- 51) 第2期利府町食育推進計画 (2013)
- 52) たいわの食育 第2期大和町食育推進計画 (2014)
- 53) 大郷町食育推進計画 (2014)
- 54) 第2期富谷町食育推進計画 (2012)
- 55) 大崎市食育推進計画 (改訂版) (2012)
- 56) 色麻町食育推進計画 (2010)
- 57) 第2期加美町食育推進計画 (2015)
- 58) 涌谷町食育推進計画 (2014)
- 59) 第2期美里町食育推進計画 (2012)
- 60) 第2期栗原市食育推進計画 (2013)
- 61) 登米市食育推進計画 (第2期) (2011)
- 62) 第2期石巻市食育推進計画 (2014)
- 63) 東松島市食育推進計画 (2009)
- 64) 女川町食育推進計画 (2010)
- 65) 第2次気仙沼市食育推進計画 (2011)
- 66) 南三陸町健康づくり計画 (2007)
- 67) 富谷町: 富谷町町勢要覧統計資料編 (2014)
- 68) 富谷町: 5万人都市2016市制移行へ～町から市へ移行する準備が本格2016市制移行へ～, 広報とみや, 5月号, p. 3-5 (2014)
- 69) 富谷市: データでみる富谷 用途地域の推移 (2016) <https://www.tomiya-city.miyagi.jp/uploaded/attachment/1147.pdf>
- 70) 白崎葉子; 小松智香; 平本福子: 地産地消推進における地場産品利用目標の設定, 栄養学雑誌, 第74巻第5号, p196 (2016)
- 71) 榊原康人ほか: 住民の歯の健康づくり得点向上のための歯科衛生士訪問およびリーフレット郵送による介入, 日本公衆衛生雑誌, 第65巻第11号, p795-804 (2009)
- 72) 高泉佳苗ほか: ウォーカーを対象とした集団栄養教育とリーフレット郵送を組み合わせた栄養教育, 栄養学雑誌, 第67巻第3号, p. 141-147 (2009)
- 73) 三村明沙美, 須藤紀子, 加藤則子: 女子大学生に妊娠と飲酒に関するリーフレットを1回配布した場合の教育効果, 日本公衆衛生雑誌, 第75巻第6号, p. 431-438 (2010)
- 74) 磯島昭代: 消費者の食に関する意識と農産物の購入状況—ライフスタイル・セグメンテーションによる接近—, フードシステム研究, 第13巻第1号, p. 35-45 (2006)
- 75) 藤島廣二; 岩崎邦彦: 農産物の産直を志向する消費者の特性—農産物生産者のダイレクトマーケティングへの示唆—, 農村研究, 第110号, p. 13-22 (2010)
- 76) Elizabeth F. Racine et al: Understanding Characteristics of Families Who Buy Local Produce, Journal of Education and Behavior, Vol. 46 No. 1, p. 30-38 (2013)

- 77) Ashley L. Wheeler; Karen Chapman-Novakofski: Farmers' Markets: Costs Compared With Supermarkets Use Among WIC Clients and Relationship to Fruit and Vegetable Intake and Related Psychosocial Variables, Journal of Education and Behavior, Vol. 46 No. 3S, p. 65-70 (2014)
- 78) 武見ゆかり；衛藤久美；駒場千佳子：食育の科学的根拠づくりの必要性和今後の展開—食育における「食事づくり」の位置づけを含め—, 日本調理科学会誌, 第44巻第4号, p299-305 (2011)
- 79) 秋山房雄；足立己幸：食生活論, 日本医歯薬出版 (1987)
- 80) 足立己幸：食のパーツ育から「食」育へのシフトを, 農業と経済, 第77巻第12号, p. 3 (2011)